

ABSTRAK

Gema Ezza Dirganrara. 2014. SKRIPSI. Judul : “IMPLEMENTASI *E-MARKETING* PADA *SOCIAL NETWORKING* (Studi Kasus Pada Jual Beli Hewan Peliharaan melalui Komunitas *facebook* Kota Malang Cinta Fauna “KOMACI” di Malang Kota)”

Pembimbing : Dr.H.Misbahul Munir, Lc.,M.Ei

Kata Kunci : *E- marketing* , Implementasi Kebijakan, Efektivitas

Penelitian ini mendeskripsikan Implementasi *e-marketing* melalui komunitas *facebook* KOMACI. *Facebook* merupakan jejaring sosial yang paling banyak digunakan di dunia, Indonesia merupakan Negara dengan pengguna *facebook* terbesar di benua Asia dan Australia. Perkembangan *facebook* sekarang ini tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, namun sudah merambah ke dunia pemasaran, salah satunya untuk kepentingan jual beli hewan. Dengan karakteristik *facebook* yang terbuka pada seluruh penggunanya memunculkan seller, buyer, dan bredder yang memanfaatkan komunitas KOMACI untuk media bertransaksi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini bermaksud untuk melakukan pengukuran yang cermat dan sistematis terhadap fenomena sosial tertentu, dengan cara menafsirkan data yang ada. Data penelitian terbagi menjadi dua macam yaitu : data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dalam Implementasinya, KOMACI sangat membantu dalaml proses bertransaksi, hal ini terbukti ketika waktu wawancara. Ketika mengambil keputusan kita diwajibkan mencari infomasi selengkapnya sebelum menentukan kebijakan yang di ambil, setelah memutuskan kebijakan implementor di tuntut kreatif agar kebijakan implementasinya menjadi seperti yang di inginkan. Setelah pengimplementasian di putuskan maka akan dapat di simpulkan efektif atau tidak kebijakan implementor, hal tersebut dapat di ukur dengan bertambahnya produktivitas, kemampuan implementor beradaptasi, hasil laba sebelum dan sesudah melakukan kebijakan implementasi dan pencarian sumberdaya yang dibuhkan mengenai hewan peliharaan yang dibutuhkan. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa implementasi *e-marketing* melalui komunitas *facebook* KOMACI menghasilkan dampak yang positif di lihat dari sisi produktivitas, kemampuan membaur pada semua anggota KOMACI, kemampuan berlaba.